



La Prima di WineNews.it



n. 1622 - ore 17:00 - Mercoledì 6 Maggio 2015 - Tiratura: 30835 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

La News



Beneficenza Usa, vino italiano

Vino italiano & beneficenza, un binomio che funziona sempre, anche oltre oceano: oltre 200.000 dollari, infatti, la cifra raccolta dalla American Cancer Society con "Taste of Hope", uno degli eventi enogastronomici di fundraising di maggior successo in Usa (www.tasteofhopenc.org), all'edizione n. 10, il 30 aprile a New York, davanti a più di 800 ospiti tra chef blasonati, politici, attori americani e così via. Nei calici soprattutto vino italiano, offerto da realtà come Banfi, Ferrari, Cantine Lunae, Terredora, Zonin, Consorzio Doc Sicilia e Vinitaly International, oltre che da Wine Spectator e da Wines of Spain Usa. Un bel modo per unire gusto, promozione e responsabilità sociale.

Primo Piano

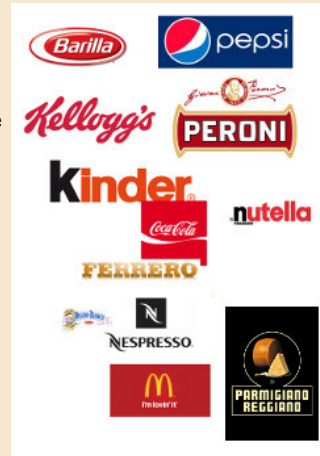
Milano, per Expo, è capitale delle aste enoiche

Milano, nei giorni di Expo, sarà anche capitale italiana delle aste enoiche. Protagoniste le grandi etichette del Belpaese, Masseto in testa, tra i vini tricolore di maggior successo nel mondo (non a caso un lotto di 6 bottiglie 2001 a 5.517 euro è stato il secondo più quotato nella recente asta di Gelardini & Romani ad Hong Kong, dietro solo ad un Romanée-Conti Drc 1986 andato per 8.275, ndr), ma anche Sassicaia, Ornellaia, i grandi Barolo e Brunello di Montalcino, senza dimenticare, ovviamente, la Francia. Il primo appuntamento è il 13 maggio, con l'asta di Bolaffi nel concept store Miroglio Piazza della Scala: in catalogo una rarissima bottiglia da 15 litri proprio di Masseto, annata 2010, mai passata all'asta in Italia, battuta da 10.000 euro (bottiglia n. 5 di soli 20 esemplari esistenti al mondo), una bottiglia di Brunello di Montalcino Riserva 1891 di Biondi Santi (da 1.500 euro), una bottiglia di Romanée-Conti Grand Cru 1988 di Domaine de la Romanée-Conti (4.500 euro); una bottiglia di Dom Pérignon 1928 (1.000 euro) e una bottiglia di Champagne Moët & Chandon del 1842 (4.000 euro), ma anche le "Grandi verticali d'Italia", le migliori annate di vini importanti come Sassicaia, Solaia, Tignanello, Pergole Torte, Biondi Santi, Monfortino, Gaja e molti altri. Per un totale di 500 lotti di vini rari e pregiati italiani e internazionali di grandi cantine per un valore totale di base d'asta di circa 370.000 euro. Poi sarà la volta di Pandolfini, il 21 e 22 maggio, che proporrà, al Centro Svizzero di Via Palestro, prima due indimenticabili verticali, una di Solaia di Marchesi Antinori (1978, 1988, 1994, 1997, 2004, 2007 e 2010), e una di Sassicaia della Tenuta San Guido (1978, 1989, 1993, 2004, 2006, 2009 e 2011), e poi altrettanti giorni di incanto: tra i top lot italiani la Balthazar (12 litri) di Rocca di Frassinello 2010 con base d'asta a 4.000/4.500 euro, l'Imperiale (6 litri) di Messorio 2004 de Le Macchiole a 2.400/2.800 euro, e il Magnum di Masseto 1990 a 1.500/2.000 euro. Ma i pezzi più pregiati sono francesi, con la Magnum di Richebourg 1985 del Domaine Henri Jayer 14.000/18.000 euro, e le 12 bottiglie "assortite" di Domaine de la Romanée Conti da 15.000/18.000 euro ...

Focus

L'influenza dei brand dell'agroalimentare

Per un grande marchio l'influenza è una caratteristica assai difficile da conquistare. Non è facile, infatti, arrivare ad avere un ruolo fondamentale nella vita quotidiana delle persone, sotto almeno cinque punti di vista: l'affidabilità ("trust"), il coinvolgimento ("engagement"), la capacità di dettare una moda ("leading edge"), la responsabilità nei confronti della società civile ("corporate citizenship") e la presenza ("presence"). È su questi che poggia l'ultimo sondaggio di Ipsos, che, per il secondo anno, ha messo in fila i 100 brand più influenti in Italia secondo i consumatori, svelando una nutrita presenza di marchi legati all'agroalimentare. Due sono addirittura nelle prime 10 posizioni: la Nutella, alla posizione n. 6, ed il Parmigiano Reggiano, alla posizione n.9, esempi "local" dietro ad un podio tutto "global", con Google, Amazon e Facebook. E tanti altri, italiani e stranieri, sono i brand nella top 100: dalla Kinder alla Coca Cola, dalla Ferrero alla Barilla, dalla Mulino Bianco alla Lavazza, da McDonald's a Rana, dalla Nestlé alla Kellogg's, dalla Nespresso alla Unilever, dalla Pepsi alla Martini, dalla Kraft alla Peroni, dalla Red Bull alla Danone, passando per la Campari, la Heineken e la San Pellegrino.



SMS

Bordeaux, avanti a strappi

Procede a strappi la campagna en primeur del Bordeaux 2014 che, negli ultimi giorni, ha visto l'ufficializzazione dei prezzi di alcuni degli Châteaux più attesi dai wine merchant di tutto il mondo, con scelte, e quindi reazioni, diverse, che sottolineano una certa frammentazione nella strategia di una realtà produttiva che, dopo anni di campagne deludenti, sta cercando di rilanciarsi. Così, la prima "release" della rive droite, Château Angélus, a Saint-Émilion, ha lasciato interdetti: 180 euro a bottiglia ex-negociant (+9% sul 2013), sembrano troppi. Così come, nel cuore di Margaux, i 160 euro di Château Palmer. Meglio Château Mouton Rothschild, ma anche Lynch-Bages, grazie ai quali le speranze di ripresa di Bordeaux, per una campagna di svolta, sono ancora intatte ...

Cronaca

Un furto ... reale

Mentre la Gran Bretagna aspettava, con il fiato sospeso, l'arrivo della royal baby n. 2, Charlotte Elizabeth Diana, lo storico fornitore enoico della famiglia reale, Berry Bros & Rudd si è ritrovato a fare i conti con uno spiacevole fatto di cronaca. Qualche notte fa, infatti, dei ladri si sono introdotti nel magazzino della ditta a Basingstoke, rubando 100.000 sterline di vino, nonostante le imponenti misure di sicurezza, tra telecamere a circuito chiuso e sistema di controllo dell'ingresso di camion e veicoli.



Wine & Food

Lo stato dell'arte del bar Italia, rivoluzionato in soli 30 anni

Quasi 150.000 attività lungo tutto lo Stivale, per un volume di affari complessivo di oltre 18 miliardi, e 6 addetti su 10 donne, con Valle d'Aosta, Sardegna e Liguria che sono le regioni con la maggiore concentrazione, mentre la Sicilia è il fanalino di coda. Ecco lo stato dell'arte del bar in Italia presentato dalla Fipe - Federazione Italiana Pubblici Esercizi a "TuttoFood", la fiera dell'alimentare per eccellenza (Milano, 3-6 maggio), nel convegno "La filiera del fuori casa: qualità, efficienza, valore". Un appuntamento per raccontare il bar, un grande classico cambiato profondamente negli ultimi 30 anni.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

L'evoluzione dello "screw cap", alias tappo a vite, nel vino (anche in Italia grazie ai giovani) e gli investimenti in ricerca e sviluppo: a WineNews Marco Giovannini, ad Guala Closures

Group, azienda italiana leader nel mondo, da 495 milioni di euro di fatturato, con 14 miliardi di tappi all'anno, 25 aziende nel mondo e 4.000 dipendenti.

